

รายงานตลาดเชิงลึก ตลาดกาแฟในอาร์เจนตินา

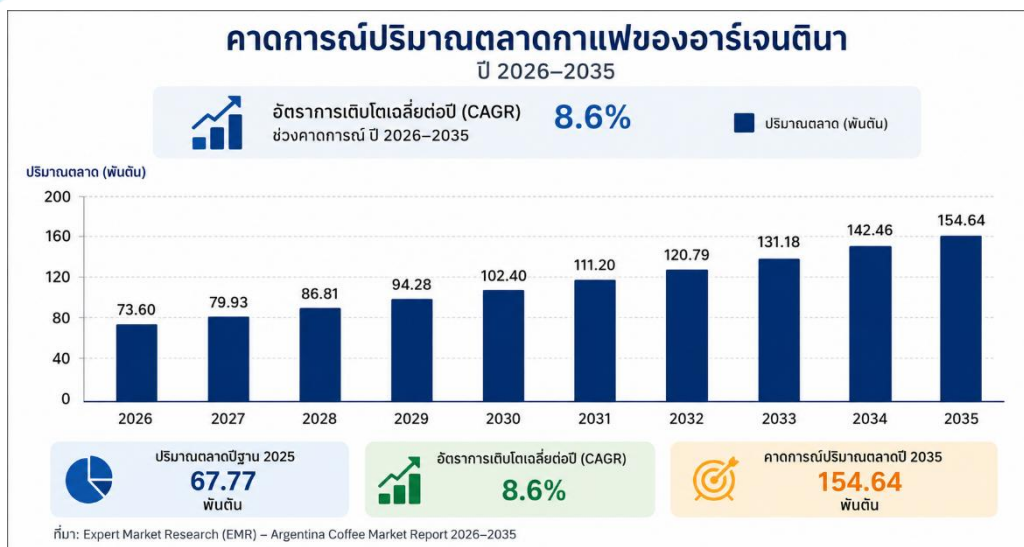
1. ภาพรวมตลาดกาแฟในอาร์เจนตินา

ตลาดกาแฟในอาร์เจนตินามีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีบทบาทเพิ่มขึ้นในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มของประเทศ แม้ว่าอาร์เจนตินาจะมีวัฒนธรรมการบริโภคชามาเต (Yerba Mate) ซึ่งเป็นเครื่องดื่มประจำชาติและมีความสำคัญทางสังคมมาอย่างยาวนาน แต่ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา กาแฟได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในชีวิตประจำวันของชาวอาร์เจนตินา โดยเฉพาะในเขตเมืองใหญ่และกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ที่มีความสำคัญกับคุณภาพ รสชาติ รวมถึงประสบการณ์ที่แตกต่างจากการบริโภคเครื่องดื่มรูปแบบดั้งเดิม ซึ่งส่งผลให้ตลาดกาแฟของอาร์เจนตินาเกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านพฤติกรรมผู้บริโภค รูปแบบผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจำหน่าย และรูปแบบการให้บริการของร้านกาแฟ

ข้อมูลจาก Informes de Expertos ระบุว่า ในปี 2025 ตลาดกาแฟของอาร์เจนตินามีมูลค่าประมาณ 129.20 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะขยายตัวด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ร้อยละ 5 ในช่วงปี 2026–2035 คาดการณ์มูลค่าตลาดกาแฟในปี 2035 คิดเป็นมูลค่า 210.45 ล้านดอลลาร์สหรัฐ



ขณะเดียวกัน ข้อมูลจาก Expert Market Research ระบุว่า ในปี 2025 ตลาดกาแฟของอาร์เจนตินาในเชิงปริมาณมีขนาดประมาณ 67.77 พันตัน และคาดว่าจะเติบโตด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ร้อยละ 8.6 คาดการณ์ขนาดตลาดจะเพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 154.64 พันตัน ภายในปี 2035



ข้อมูลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพการเติบโตของตลาดกาแฟในระยะยาว ซึ่งได้รับแรงสนับสนุนจากการขยายตัวของร้านกาแฟ ความต้องการบริโภคกาแฟคุณภาพสูง และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ปัจจุบัน ผู้บริโภคที่นิยมใช้ร้านกาแฟเป็นสถานที่พบปะสังสรรค์ ทำงาน อ่านหนังสือ และพักผ่อน ควบคู่กับการให้ความสำคัญกับคุณภาพของกาแฟมากกว่าปริมาณ ผู้บริโภคจำนวนมากยินดีจ่ายในราคาที่สูงขึ้นเพื่อแลกกับกาแฟคุณภาพดี กาแฟที่สามารถตรวจสอบแหล่งที่มาของเมล็ดกาแฟ และผลิตภัณฑ์ที่ผลิตตามแนวทางความยั่งยืน ส่งผลให้ตลาดกาแฟพรีเมียม กาแฟคั่วบด เมล็ดกาแฟ และกาแฟแคปซูลขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ขณะที่กาแฟสำเร็จรูปยังคงครองส่วนแบ่งตลาดสูง เนื่องจากมีราคาที่สามารถเข้าถึงได้และสะดวกต่อการบริโภค

อุตสาหกรรมกาแฟของอาร์เจนตินาพึ่งพาการนำเข้าเมล็ดกาแฟดิบจากต่างประเทศเป็นหลัก เนื่องจากประเทศมีข้อจำกัดด้านสภาพภูมิอากาศและไม่มีการเพาะปลูกกาแฟเชิงพาณิชย์ในระดับที่เพียงพอ โดยบราซิลเป็นแหล่งนำเข้าหลัก รองลงมาคือโคลอมเบียและสวิตเซอร์แลนด์ ก่อนนำเข้าเมล็ดกาแฟมาคั่ว บด แปรรูป และจำหน่ายภายในประเทศ รวมถึงส่งออกผลิตภัณฑ์กาแฟแปรรูปบางส่วนไปยังต่างประเทศ โครงสร้างตลาดยังคงถูกครอบครองโดยผู้ประกอบการรายใหญ่ เช่น Nestlé Argentina ขณะที่ผู้ผลิตภายในประเทศ ได้แก่ La Virginia และ Cabrales ยังคงมีบทบาทสำคัญ และการแข่งขันมีแนวโน้มสูงขึ้นจากการขยายตัวของแบรนด์กาแฟพรีเมียม

ตลาดกาแฟของอาร์เจนตินายังคงมีศักยภาพในการเติบโตจากหลายปัจจัย ได้แก่ การขยายตัวของประชากรเมือง ความนิยมในการดื่มกาแฟที่เพิ่มขึ้น การเติบโตของร้านกาแฟเฉพาะทาง การขยายตัวของช่องทางอีคอมเมิร์ซ และนโยบายเปิดเสรีทางการค้าที่เอื้อต่อการนำเข้าสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้ความต้องการกาแฟคุณภาพสูงและผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งนับเป็นโอกาสของไทยในการนำเสนอผลิตภัณฑ์กาแฟคุณภาพพิเศษ นวัตกรรมสินค้า และผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับกระแสสุขภาพและความยั่งยืน เพื่อสร้างความแตกต่างและขยายโอกาสทางการค้าในตลาดอาร์เจนตินาต่อไป

2. พฤติกรรมการบริโภคกาแฟของชาวอาร์เจนตินา

อาร์เจนตินาเป็นประเทศที่มีวัฒนธรรมการบริโภคเครื่องดื่มร้อนที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์ โดยเฉพาะการดื่มชามาเต้ (Yerba Mate) ซึ่งถือเป็นสัญลักษณ์ประจำชาติและเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของประชาชนมาอย่างยาวนาน อย่างไรก็ตาม ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ตลาดกาแฟของอาร์เจนตินามีการเติบโตและเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน ทั้งในด้านพฤติกรรมผู้บริโภค รูปแบบการบริโภค และความนิยมในผลิตภัณฑ์กาแฟที่มีคุณภาพสูง ส่งผลให้กาแฟมีบทบาทเพิ่มขึ้นในชีวิตประจำวันของชาวอาร์เจนตินา ถึงแม้ว่าจะยังไม่สามารถเข้ามาทดแทนความนิยมของชามาเต้ได้ เดิมทีชาวอาร์เจนตินานิยมดื่มกาแฟในช่วงอาหารเช้าหรือหลังอาหารกลางวันเป็นหลัก แต่ปัจจุบันพฤติกรรมการบริโภคได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ผู้บริโภคเริ่มดื่มกาแฟตลอดทั้งวัน ไม่ว่าจะเป็นระหว่างการทำงาน การประชุม การพบปะเพื่อนฝูง หรือแม้แต่การนั่งทำงานในร้านกาแฟ ส่งผลให้ร้านกาแฟไม่ได้เป็นเพียงสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มเท่านั้น แต่ยังเป็นพื้นที่สำหรับการทำงาน การเรียน และการพบปะสังสรรค์ โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ และในเมืองใหญ่ เช่น กรุงบัวโนสไอเรส กอร์โดบา โรซาริโอ และเมนโดซา ซึ่งมีการขยายตัวของร้านกาแฟสมัยใหม่และร้านกาแฟแบบ Specialty Coffee อย่างรวดเร็ว

แนวโน้มการบริโภคกาแฟของชาวอาร์เจนตินาสะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนผ่านจากการให้ความสำคัญกับ ปริมาณไปสู่คุณภาพมากขึ้น ผู้บริโภคจำนวนมากยินดีจ่ายในราคาที่สูงขึ้นเพื่อแลกกับกาแฟที่มีคุณภาพดี มีแหล่งกำเนิดของเมล็ดกาแฟที่สามารถตรวจสอบได้ และผ่านกระบวนการคั่วที่ได้มาตรฐาน แม้ว่าสภาพเศรษฐกิจของประเทศยังคงได้รับผลกระทบจากอัตราเงินเฟ้อและค่าครองชีพที่สูงขึ้น แต่สินค้ากาแฟระดับพรีเมียมกลับมีอัตราการเติบโตที่สูงกว่ากลุ่มสินค้าราคาประหยัด สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคมองว่าการดื่มกาแฟเป็นประสบการณ์ที่มีคุณค่า ไม่ใช่เพียงการบริโภคเครื่องดื่มที่มีคาเฟอีน อีกปัจจัยหนึ่งที่ผลักดันตลาดกาแฟคือ การเพิ่มขึ้นของการชงกาแฟภายในบ้าน ผู้บริโภคจำนวนมากเริ่มลงทุนซื้อเครื่องชงกาแฟ เครื่องบดเมล็ดกาแฟ และอุปกรณ์สำหรับการชงแบบต่างๆ เช่น Espresso Machine, French Press, Moka Pot และ Pour Over ส่งผลให้ยอดขายเมล็ดกาแฟคั่วและกาแฟสดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกันตลาดกาแฟแคปซูลก็เติบโตอย่างรวดเร็ว เนื่องจากสามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวก รวดเร็ว และยังคงคุณภาพของกาแฟได้ในระดับที่น่าพอใจ

ในด้านประเภทของกาแฟที่ได้รับความนิยม กาแฟคั่วบดและกาแฟเอสเปรสโซยังคงเป็นกลุ่มสินค้าหลักของตลาด สำหรับกาแฟแคปซูลก็ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภควัยทำงานและคนรุ่นใหม่ ส่วนกาแฟสำเร็จรูปยังคงมีบทบาทสำคัญในตลาดเนื่องจากมีราคาที่เข้าถึงได้ง่ายและสะดวกต่อการบริโภค แม้ว่าสัดส่วนการเติบโตจะต่ำกว่ากลุ่มกาแฟพรีเมียมก็ตาม สำหรับรสนิยมด้านรสชาติ ผู้บริโภคชาวอาร์เจนตินานิยมกาแฟที่มีรสชาติเข้มข้น มีความขมในระดับปานกลาง และมีกลิ่นหอมของช็อกโกแลต คาราเมล และถั่ว มากกว่ากาแฟที่มีความเปรี้ยวของผลไม้ ลักษณะดังกล่าวมีความเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมการดื่มชามาเต้ ซึ่งเป็นเครื่องดื่มที่มีรสขมเป็นเอกลักษณ์ ทำให้คุ้นเคยกับรสชาติที่มีความเข้มข้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่จึงนิยมกาแฟที่คั่วในระดับ Medium Roast และ Medium-Dark Roast มากกว่ากาแฟคั่วอ่อน เนื่องจากให้รสชาติที่เข้มข้นและกลมกล่อมกว่า โดยส่วนใหญ่มีความนิยมดื่มกาแฟร้อนมากกว่ากาแฟเย็น และยังคงเติมน้ำตาลหรือดื่มคู่กับนม แม้ว่าจะเริ่มมีกลุ่มผู้บริโภคที่หันมาดื่มกาแฟดำและไม่เติมน้ำตาลเพิ่มขึ้นตามกระแสการดูแลสุขภาพก็ตาม

แม้ว่าตลาดกาแฟจะเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่เมื่อเปรียบเทียบกับขามาเต้แล้ว เครื่องดื่มทั้งสองชนิดยังมีบทบาทที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน ขามาเต้ยังคงเป็นเครื่องดื่มประจำชาติที่มีความสำคัญทางวัฒนธรรมและสังคมอย่างมาก โดยมีการบริโภคกว่าร้อยละ 90 ของครัวเรือนในประเทศ และมีการบริโภคเฉลี่ยประมาณ 6 กิโลกรัมต่อคนต่อปี ในขณะที่มีการบริโภคกาแฟเฉลี่ยประมาณ 1-2 กิโลกรัมต่อคนต่อปี ดังนั้น การดื่มขามาเต้จึงไม่ได้เป็นเพียงการดื่มเครื่องดื่มชนิดหนึ่งเท่านั้น แต่เป็นวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่ยังคงพบเห็นได้ทั่วไปในชีวิตประจำวันของชาวอาร์เจนตินา ในขณะที่กาแฟมีบทบาทแตกต่างออกไป โดยมักถูกบริโภคเพื่อเพิ่มความสดชื่น เพิ่มความกระตือรือร้นในการทำงาน หรือใช้เป็นเครื่องดื่มระหว่างการประชุมและการทำงาน ดังนั้น เครื่องดื่มทั้งสองชนิดจึงไม่ได้แข่งขันกันโดยตรง แต่สามารถอยู่ร่วมกันได้ในพฤติกรรมบริโภคของคนเดียวกัน คนอาร์เจนตินาจำนวนมากเริ่มต้นวันด้วยกาแฟ และดื่มขามาเต้ในช่วงสายหรือช่วงบ่าย ทำให้การเติบโตของกาแฟไม่ได้เกิดจากการแย่งส่วนแบ่งตลาดของขามาเต้ แต่เกิดจากการเพิ่มโอกาสในการบริโภคในช่วงเวลาต่างๆ ของวัน

3. ส่วนแบ่งตลาดกาแฟในอาร์เจนตินา

3.1 ส่วนแบ่งตลาดตามประเภทผลิตภัณฑ์

(1) กาแฟสำเร็จรูป (Instant Coffee) ซึ่งรวมถึงกาแฟสำเร็จรูปแบบผสม เช่น กาแฟผสมนม น้ำตาล เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในการอาร์เจนตินา และในปี 2025 มีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุด คือ 58.14 ล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 45 เนื่องจากราคาจับต้องได้ สะดวก ไม่ต้องใช้อุปกรณ์เพิ่มเติม และสามารถหาซื้อได้ง่ายผ่านช่องทางซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ และร้านค้าทั่วไป เหมาะกับผู้บริโภคที่ต้องการลดค่าใช้จ่ายในช่วงเศรษฐกิจชะลอตัว โดยแบรนด์ขนาดใหญ่ยังคงมีบทบาทสำคัญในการแข่งขัน เช่น ผลิตภัณฑ์กาแฟสำเร็จรูปแบบผงและแบบ Freeze-dried ที่ตอบโจทย์ทั้งกลุ่มผู้บริโภคทั่วไปและกลุ่มที่ต้องการคุณภาพสูงขึ้น

(2) กาแฟคั่วบด (Ground Coffee) และเมล็ดกาแฟเต็มเมล็ด (Whole Beans) เป็นหนึ่งในประเภทผลิตภัณฑ์หลักของตลาดกาแฟอาร์เจนตินา และมีแนวโน้มขยายตัวตามกระแสกาแฟคุณภาพสูงและวัฒนธรรมการชงกาแฟที่บ้าน โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพ รสชาติ และประสบการณ์การดื่มกาแฟ แม้ว่าจะเป็นตลาดเฉพาะกลุ่มเมื่อเทียบกับกาแฟสำเร็จรูป แต่มีแนวโน้มเติบโตจากร้านกาแฟเฉพาะทาง ร้านอาหาร ในกลุ่มผู้บริโภคระดับกลางถึงสูง รวมถึงกระแส Specialty Coffee และความสนใจด้านคุณภาพเมล็ดกาแฟมากขึ้น โดยในปี 2025 มีส่วนแบ่งการตลาด 45.22 ล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 35 อย่างไรก็ตาม ตลาดกาแฟคั่วบดมักมีความอ่อนไหวต่อราคา โดยในช่วงที่ภาวะค่าครองชีพสูงขึ้นผู้บริโภคบางส่วนมีแนวโน้มเปลี่ยนจากกาแฟสดหรือกาแฟคั่วบดไปสู่กาแฟสำเร็จรูปเพื่อควบคุมค่าใช้จ่าย

(3) กาแฟแคปซูลและกาแฟพ็อด (Coffee Capsules and Pods) ในปี 2025 มีมูลค่าตลาด 25.84 ล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ตลาดกาแฟแคปซูลและกาแฟพ็อดในอาร์เจนตินามีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากพฤติกรรมผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกในการชงกาแฟที่บ้าน และต้องการรสชาติกาแฟใกล้เคียงกับร้านกาแฟ โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคเมืองใหญ่ที่มีกำลังซื้อสูง การขยายตัวของเครื่องชงกาแฟแบบแคปซูล รวมถึงการเพิ่มขึ้นของผลิตภัณฑ์แคปซูลกาแฟที่รองรับระบบ Nespresso (Nespresso-compatible capsules) ซึ่งเป็นการเพิ่มทางเลือกในการดื่มกาแฟ และทำให้กาแฟแคปซูลเข้าถึงผู้บริโภคทั่วไปมากขึ้น จากเดิมที่เป็นสินค้าเฉพาะกลุ่ม

3.2 ส่วนแบ่งตลาดจำแนกตามบริษัทและแบรนด์สินค้า

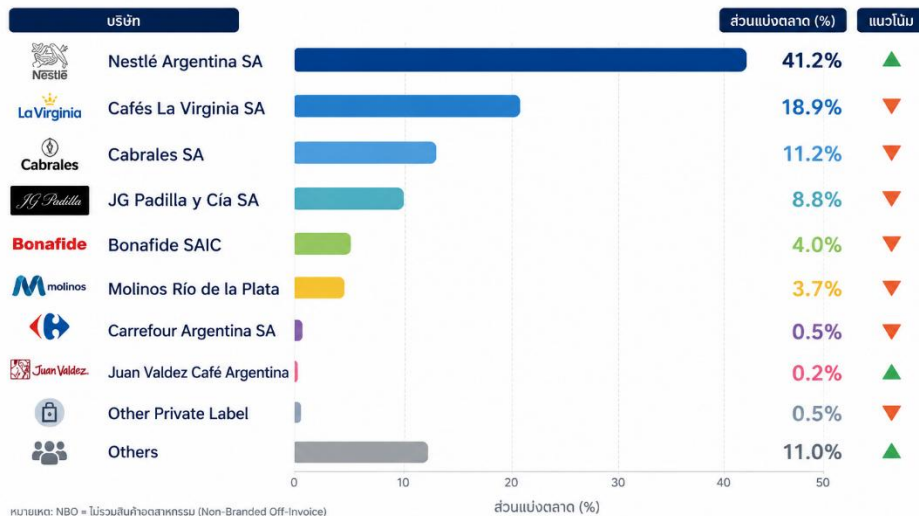
ในปี 2025 โครงสร้างตลาดกาแฟในอาร์เจนตินามีลักษณะกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มผู้ประกอบการรายใหญ่ โดย Nestlé Argentina SA ครองส่วนแบ่งตลาดสูงสุดที่ ร้อยละ 41.2 รองลงมาคือ Cafés La Virginia SA ร้อยละ 18.9, Cabrales SA ร้อยละ 11.2 และ JG Padilla y Cía SA ร้อยละ 8.8 สะท้อนถึงความแข็งแกร่งของผู้ประกอบการรายใหญ่ที่ครองตลาดอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ผู้ประกอบการรายอื่น เช่น Bonafide SAIC ร้อยละ 4.0, Molinos Río de la Plata ร้อยละ 3.7, Carrefour Argentina SA ร้อยละ 0.5 และ Juan Valdez Café Argentina ร้อยละ 0.2 ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดในระดับค่อนข้างต่ำ

เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งตลาดตามแบรนด์สินค้า พบว่า Nescafé เป็นแบรนด์ที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุดที่ร้อยละ 20.4 รองลงมา ได้แก่ La Virginia ร้อยละ 17.4, Nespresso ร้อยละ 12.6, Cabrales ร้อยละ 11.2 และ La Morenita ร้อยละ 8.5 สะท้อนถึงการแข่งขันระหว่างแบรนด์ต่างประเทศและแบรนด์ท้องถิ่นในระดับสูง โดยแบรนด์ที่มีส่วนแบ่งตลาดมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ได้แก่ La Virginia, Nespresso, Nescafé Dolce Gusto, Starbucks, Nescafé Decaf และ Juan Valdez

การที่ Nestlé ครองส่วนแบ่งตลาดสูงสุดเป็นผลจากความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจกาแฟมายาวนานในระดับโลก โดยบริษัทมีความแข็งแกร่งทั้งด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างแบรนด์ เครือข่ายการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุม และการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ทั้งกาแฟสำเร็จรูป กาแฟคั่วบด และกาแฟแคปซูล ซึ่งช่วยให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ในทุกระดับราคาและทุกช่องทางจำหน่าย ส่งผลให้ Nestlé สามารถรักษาความเป็นผู้นำของตลาดได้อย่างต่อเนื่องอย่างไรก็ตาม แบรนด์ท้องถิ่นของอาร์เจนตินา เช่น Cafés La Virginia และ Cabrales ยังคงมีจุดแข็งที่สำคัญจากการเป็นแบรนด์ที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคภายในประเทศมาเป็นเวลานาน มีความเข้าใจพฤติกรรมและรสนิยมของผู้บริโภคท้องถิ่น รวมถึงมีภาพลักษณ์ด้านคุณภาพและความสดใหม่ของกาแฟคั่ว นอกจากนี้ กระแสการบริโภคกาแฟพรีเมียม กาแฟ Single Origin กาแฟ Specialty และผลิตภัณฑ์ที่มีความยั่งยืน ยังเปิดโอกาสให้แบรนด์ท้องถิ่นสามารถสร้างความแตกต่างจากผู้ประกอบการรายใหญ่ได้มากขึ้น ในระยะต่อไป แม้ว่าตลาดกาแฟของอาร์เจนตินาจะยังถูกครอบครองโดยผู้ประกอบการรายใหญ่ แต่การแข่งขันมีแนวโน้มเปลี่ยนจากการแข่งขันด้านราคาไปสู่การแข่งขันด้านคุณภาพ นวัตกรรม และการสร้างประสบการณ์ให้แก่ผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยที่เอื้อต่อการเติบโตของแบรนด์ท้องถิ่นรวมถึงแบรนด์จากต่างประเทศที่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ที่มีความหลากหลายมากขึ้น

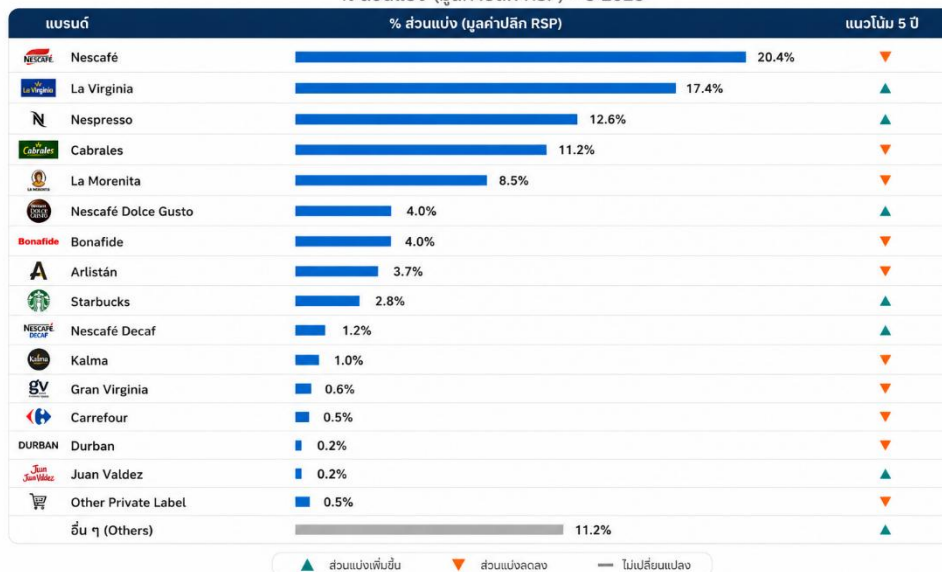
ส่วนแบ่งตลาดกาแฟในอาร์เจนตินา ปี 2025

Company Shares of Coffee in Argentina (% Share (NBO) – Retail Value RSP)



ส่วนแบ่งตลาดกาแฟตามแบรนด์

% ส่วนแบ่ง (มูลค่าปลีก RSP) – ปี 2025



ที่มา: Euromonitor International – Hot Drinks 2025 Edition

4. สถานการณ์การนำเข้าและส่งออกกาแฟของอาร์เจนตินา

4.1 สถานการณ์การนำเข้า

อุตสาหกรรมกาแฟของอาร์เจนตินาพึ่งพาการนำเข้าเมล็ดกาแฟดิบ (Green Coffee Beans) จากต่างประเทศเป็นหลัก เพื่อนำมาคั่ว บด แปรรูป และจัดจำหน่ายภายในประเทศ รวมถึงส่งออกผลิตภัณฑ์กาแฟแปรรูปบางส่วนไปยังตลาดต่างประเทศ เนื่องจากอาร์เจนตินามีข้อจำกัดด้านสภาพภูมิอากาศและพื้นที่เพาะปลูก ทำให้ประเทศแทบไม่มีการผลิตเมล็ดกาแฟเชิงพาณิชย์ภายในประเทศ โดยในปี 2025 อาร์เจนตินามีการนำเข้ากาแฟมูลค่า 317.76 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 47.12 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยบราซิลถือเป็นแหล่งนำเข้า

เมล็ดกาแฟรายใหญ่ที่สุดของอาร์เจนตินา คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 67.06 เนื่องจากมีข้อได้เปรียบด้านระยะทาง ภายใต้อิทธิพลของความตกลงการค้าของกลุ่ม MERCOSUR และศักยภาพการผลิตที่สูง นอกจากบราซิลแล้ว อาร์เจนตินา ยังนำเข้ากาแฟจากสวิตเซอร์แลนด์ โคลอมเบีย อุรุกวัย อิตาลี และเปรู เป็นต้น โดยการนำเข้าจากแต่ละประเทศ ขึ้นอยู่กับประเภทของเมล็ดกาแฟ คุณภาพ ราคา และความต้องการของโรงคั่วกาแฟภายในประเทศ ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา มูลค่าการนำเข้ากาแฟของอาร์เจนตินามีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ส่วนหนึ่งมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมานิยมกาแฟพรีเมียมมากขึ้น ผู้ประกอบการจึงให้ความสำคัญกับการคัดเลือกเมล็ดกาแฟคุณภาพสูงจากต่างประเทศ เพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ส่งผลให้การนำเข้าเมล็ดกาแฟคุณภาพสูงจากต่างประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงนโยบายเปิดเสรีการค้าและการผ่อนคลายข้อจำกัดด้านการนำเข้าในปี 2024-2025 ช่วยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถนำเข้ากาแฟและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องได้สะดวกมากขึ้น และช่วยให้ผู้บริโภคมีทางเลือกหลากหลายมากขึ้น ทั้งในด้านคุณภาพ ราคา และรูปแบบสินค้า ขณะเดียวกันยังเป็นแรงผลักดันให้ผู้ประกอบการภายในประเทศเร่งพัฒนาผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันระยะยาว

ตารางที่ 1 แหล่งนำเข้ากาแฟที่สำคัญของอาร์เจนตินา (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

ลำดับ	ประเทศ	2024	2025	สัดส่วนปี 2025 (ร้อยละ)	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)
1	บราซิล	138,681,434	213,077,849	67.06	53.65
2	โคลอมเบีย	12,291,000	24,944,188	7.85	102.95
3	สวิตเซอร์แลนด์	19,993,432	21,735,930	6.84	8.72
4	สเปน	3,464,528	11,011,742	3.47	217.84
5	อุรุกวัย	6,089,136	7,707,044	2.43	26.57
6	จีน	5,158,578	5,116,267	1.61	-0.82
7	อิตาลี	4,205,213	4,765,113	1.50	13.31
8	เปรู	3,258,548	4,186,312	1.32	28.47
9	ปารากวัย	5,729,248	3,975,667	1.25	-30.61
10	อินเดีย	2,573,564	3,485,911	1.10	35.45
	อื่นๆ	14,549,066	17,755,109	5.57	-77.96
รวมทั้งสิ้น		215,993,747	317,761,132	100.00	47.12

แหล่งที่มา: Global Trade Atlas

4.2 สถานการณ์การส่งออก

อาร์เจนตินาไม่ได้เป็นประเทศผู้ส่งออกเมล็ดกาแฟรายสำคัญของโลก เนื่องจากไม่มีการผลิตวัตถุดิบในประเทศในปริมาณมาก สินค้าส่งออกส่วนใหญ่จึงเป็นกาแฟคั่ว กาแฟบด กาแฟสำเร็จรูป และผลิตภัณฑ์กาแฟที่ผ่านการแปรรูปแล้ว ซึ่งอาศัยการเพิ่มมูลค่าภายในประเทศก่อนส่งออก ในปี 2025 อาร์เจนตินาส่งออกกาแฟมูลค่า 178.34 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.92 เมื่อเทียบกับปีก่อน ตลาดส่งออกสำคัญ ได้แก่ ซีเรีย สหรัฐอเมริกา ชิลี สเปน และบราซิล แม้ว่ามูลค่าการส่งออกาแฟของอาร์เจนตินาจะยังมีขนาดเล็กเมื่อเทียบกับ

ประเทศผู้ผลิตรายใหญ่ของโลก แต่ศักยภาพในการส่งออกผลิตภัณฑ์กาแฟแปรรูปยังคงมีแนวโน้มเติบโต โดยเฉพาะสินค้าที่มีการสร้างแบรนด์และเน้นคุณภาพสูง

ตารางที่ 2 แหล่งส่งออกกาแฟที่สำคัญของอาร์เจนตินา (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

ลำดับ	ประเทศ	2024	2025	สัดส่วนปี 2025 (ร้อยละ)	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)
1	ซีเรีย	62,952,092	79,299,944	44.47	25.97
2	สหรัฐอเมริกา	61,362,778	47,680,367	26.74	-22.30
3	ชิลี	16,434,573	15,391,824	8.63	-6.34
4	สเปน	5,851,396	6,663,912	3.74	13.89
5	บราซิล	4,256,100	6,211,930	3.48	45.95
6	เยอรมนี	6,326,456	5,637,473	3.16	-10.89
7	โปแลนด์	2,987,730	2,365,584	1.33	-20.82
8	อุรุกวัย	1,512,645	1,899,772	1.07	25.59
9	อินโดนีเซีย	-	1,376,564	0.77	-
10	เปรู	1,040,570	1,220,166	0.68	17.26
	อื่นๆ	8,883,994	10,591,741	5.93	19.22
รวมทั้งสิ้น		171,608,334	178,339,277	100.00	3.92

แหล่งที่มา: Global Trade Atlas

5. ช่องทางการจัดจำหน่ายกาแฟ

ช่องทางการจัดจำหน่ายกาแฟในอาร์เจนตินามีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยปัจจุบันครอบคลุมทั้งช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ร้านกาแฟเฉพาะทาง ธุรกิจบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซและช่องทางออนไลน์ ซึ่งช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์กาแฟได้อย่างสะดวกและมีทางเลือกที่หลากหลายมากขึ้น ซึ่งแต่ละช่องทางมีบทบาทแตกต่างกันตามประเภทของสินค้า กลุ่มเป้าหมาย และระดับราคาของผลิตภัณฑ์ โดยซูเปอร์มาร์เก็ตและไฮเปอร์มาร์เก็ตยังคงเป็นช่องทางจำหน่ายหลักของตลาด เนื่องจากสามารถรองรับสินค้ากาแฟได้หลากหลายประเภทและเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้าง ขณะที่ร้านกาแฟ Specialty มีบทบาทสำคัญในการผลักดันการเติบโตของตลาดกาแฟพรีเมียมผ่านการสร้างประสบการณ์การบริโภคและการจำหน่ายเมล็ดกาแฟคุณภาพสูง ส่วนช่องทางออนไลน์และอีคอมเมิร์ซมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วจากความต้องการด้านความสะดวกสบายในการสั่งซื้อและจัดส่งสินค้าถึงที่พักอาศัย ส่งผลให้ผู้ประกอบการกาแฟในอาร์เจนตินาหันมาพัฒนากลยุทธ์การจัดจำหน่ายแบบผสมผสานโดยเชื่อมโยงการจำหน่ายทั้งออฟไลน์และออนไลน์เข้าด้วยกันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงผู้บริโภค ดังนี้

5.1 ร้านกาแฟ ร้านอาหาร โรงแรม และธุรกิจบริการอาหาร มีบทบาทสำคัญในการผลักดันการเติบโตของตลาดกาแฟในอาร์เจนตินาโดยเฉพาะในเมืองใหญ่ เช่น กรุงบัวโนสไอเรส ที่นิยมดื่มกาแฟในร้าน โดยร้านกาแฟไม่ได้เป็นเพียงสถานที่สำหรับซื้อเครื่องดื่ม แต่เป็นพื้นที่สำหรับพบปะ พักผ่อน และทำงาน ผู้จำหน่ายกาแฟหลายรายนำเสนอสินค้าควบคู่กับเครื่องชงกาแฟ การบริการหลังการขาย และการฝึกอบรมบาร์ิสต้า เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า สะท้อนให้เห็นว่าตลาดกาแฟเชิงพาณิชย์มีการแข่งขันสูงและให้ความสำคัญกับการให้บริการครบวงจรมากกว่าการแข่งขันด้านราคาเพียงอย่างเดียว

5.2 ซูเปอร์มาร์เก็ตและไฮเปอร์มาร์เก็ต เป็นช่องทางจัดจำหน่ายหลักที่สำคัญที่สุดของประเทศ เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างครบวงจร และมีบทบาทสำคัญในการนำเสนอสินค้าราคาคู่แข่ง และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย แบรินด์ชั้นนำทั้งในประเทศและต่างประเทศมีการวางจำหน่ายผ่านห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น Carrefour, Coto, Jumbo, Disco และ ChangoMás ซึ่งครอบคลุมพื้นที่เมืองใหญ่ทั่วประเทศ โดยจำหน่ายทั้งกาแฟคั่วบด กาแฟเมล็ด กาแฟสำเร็จรูป และกาแฟแคปซูล ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมซื้อกาแฟพร้อมกับสินค้าอุปโภคบริโภคอื่นในคราวเดียว ทำให้ช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ยังคงครองส่วนแบ่งตลาดสูงสุด

5.3 ร้านสะดวกซื้อและร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ยังคงเป็นช่องทางจัดจำหน่ายที่มีบทบาทสำคัญ โดยเฉพาะในพื้นที่ชุมชนและย่านที่อยู่อาศัย เนื่องจากผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าได้สะดวกและรวดเร็ว ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมในช่องทางนี้ ได้แก่ กาแฟสำเร็จรูป กาแฟแบบซอง และผลิตภัณฑ์กาแฟบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็ก ซึ่งตอบสนองพฤติกรรมการซื้อเพื่อบริโภคในปริมาณไม่มาก โดยไม่จำเป็นต้องเดินทางไปยังซูเปอร์มาร์เก็ตหรือไฮเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ แม้ว่าจะมีจำนวนสินค้าให้เลือกน้อยกว่าซูเปอร์มาร์เก็ต แต่ยังคงเป็นช่องทางที่ผู้บริโภคใช้บริการเป็นประจำในชีวิตประจำวัน

5.4 ช่องทางออนไลน์ เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอัตราการเติบโตสูงอย่างต่อเนื่อง จากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมาซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น เนื่องจากสามารถเปรียบเทียบราคา เลือกสินค้าได้หลากหลาย และมีบริการจัดส่งถึงบ้าน โดยผู้ผลิตกาแฟและผู้ประกอบการร้านกาแฟหลายรายได้ขยายการจำหน่ายในรูปแบบ Direct-to-Consumer ผ่านเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มออนไลน์ของตนเอง เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้โดยตรง และเพิ่มความสะดวกในการสั่งซื้อ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการได้เริ่มพัฒนาระบบสมาชิกและบริการจัดส่งกาแฟแบบสมัครสมาชิกรายเดือนเพื่อสร้างฐานลูกค้าประจำและเพิ่มความภักดีต่อแบรนด์ ส่งผลให้ช่องทางออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการขยายตลาดกาแฟ และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความสะดวกรวดเร็ว และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์

5.5 ร้านกาแฟเฉพาะทาง (Specialty Coffee Shops) หนึ่งในปรากฏการณ์ที่สำคัญของตลาดกาแฟอาร์เจนตินา คือการเติบโตของร้านกาแฟประเภท Specialty Coffee ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ร้าน Specialty Coffee ได้ขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในกรุงบัวโนสไอเรส กอร์โดบา โรซาริโอ และเมนโดซา ร้านกาแฟเหล่านี้ให้ความสำคัญกับคุณภาพของเมล็ดกาแฟ วิธีการคั่ว เทคนิคการชง และการสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างให้กับผู้บริโภค นอกจากการขายเครื่องดื่มแล้ว ร้าน Specialty Coffee ยังเป็นช่องทางจำหน่ายเมล็ดกาแฟคั่ว กาแฟบด โดยผู้บริโภคจำนวนมากนิยมซื้อเมล็ดกาแฟกลับไปชงเองที่บ้านหลังจากได้ทดลองชิมภายในร้าน ซึ่งร้าน

กาแฟเฉพาะทางมีส่วนสำคัญในการส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับกาแฟให้แก่ผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับคุณภาพ รสชาติ วิธีการชง แหล่งที่มาของเมล็ดกาแฟ รวมถึงมาตรฐานด้านความยั่งยืน ทำให้ร้านกาแฟกลายเป็นช่องทางการตลาดที่ช่วยสร้างการรับรู้ และส่งผลให้ความต้องการบริโภคกาแฟพรีเมียมและกาแฟคุณภาพสูงในอาร์เจนตินามีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้น

6. กฎหมาย มาตรการ ข้อกำหนด และหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง

6.1 กฎหมายอาหารของอาร์เจนตินา (Código Alimentario Argentino: CAA) เป็นกฎหมายหลักที่ใช้กำกับดูแลอาหารทุกประเภทที่ผลิต นำเข้า แปรรูป และจำหน่ายภายในประเทศ รวมถึงผลิตภัณฑ์กาแฟทุกชนิด ไม่ว่าจะเป็นเมล็ดกาแฟดิบ กาแฟคั่ว กาแฟบด กาแฟสำเร็จรูป หรือกาแฟแคปซูล โดย CAA มีผลบังคับใช้ภายใต้กฎหมายเลขที่ 18,284 มีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองสุขภาพของผู้บริโภคและกำหนดมาตรฐานด้านความปลอดภัยและคุณภาพอาหารให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ CAA เป็นข้อกำหนดตั้งแต่กระบวนการการผลิต การแปรรูป การบรรจุ การขนส่ง การเก็บรักษา การติดฉลาก และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้ามีคุณภาพและปลอดภัยต่อผู้บริโภค ดังนั้น ผู้ผลิตและผู้นำเข้ากาแฟที่ต้องการจำหน่ายสินค้าในอาร์เจนตินาต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดของ CAA เพื่อให้การจำหน่ายสินค้าเป็นไปอย่างถูกต้องตามกฎหมายและสอดคล้องกับมาตรฐานความปลอดภัยอาหารของประเทศ

อาร์เจนตินาได้ออกพระราชกฤษฎีกาฉบับที่ 35/2025 ปรับปรุงแก้ไขกฎหมายอาหารของอาร์เจนตินา (Código Alimentario Argentino) เพื่อผ่อนปรนกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการรับรองมาตรฐานอาหารสำหรับสินค้านำเข้าส่งออก มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 20 มกราคม 2025 โดยได้กำหนดแนวทางผ่อนปรนสำหรับการนำเข้าอาหารและบรรจุภัณฑ์จากประเทศที่ระบุไว้ในภาคผนวกที่ 3 (Annex III) ได้แก่ ออสเตรเลีย แคนาดา สวิตเซอร์แลนด์ สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา นิวซีแลนด์ อิสราเอล ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และประเทศที่มีข้อตกลงความร่วมมือทางเศรษฐกิจหรือข้อตกลงต่างตอบแทนกับอาร์เจนตินา โดยสินค้าต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่มีอำนาจในประเทศต้นทางดังกล่าว หรือเป็นประเทศที่ใช้มาตรฐาน Codex Alimentarius (FAO/WHO) ผู้นำเข้าเพียงยื่นแบบแสดงรายการรับรอง (Sworn Declaration) และ Certificate of Free Sale โดยไม่ต้องผ่านขั้นตอนกระบวนการนำเข้าอย่างเต็มรูปแบบ กรณีประเทศที่ไม่ได้อยู่ใน Annex III ต้องปฏิบัติตามกฎหมายอาหารของอาร์เจนตินาอย่างเคร่งครัด ยกตัวอย่างเช่น การสุ่มเก็บตัวอย่างอาหารอย่างเป็นระบบทั่วประเทศของแต่ละล็อตสินค้า และมีตัวอย่างสำรองสำหรับการตรวจซ้ำ พร้อมกำหนดระดับความเข้มงวดของการตรวจ การขึ้นทะเบียนสถานประกอบการอาหาร โดยต้องยื่นเอกสารต่อ ANMAT (Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica) และอาจมีการตรวจสอบสถานที่จริงก่อนออกใบอนุญาต ผลิตภัณฑ์อาหารทุกชนิดต้องขึ้นทะเบียนก่อนวางจำหน่าย โดยต้องแจ้งข้อมูลสูตร ส่วนประกอบ ฉลาก สถานที่ผลิต และสถานประกอบการที่ผลิตวัสดุสัมผัสอาหาร เช่น บรรจุภัณฑ์ ต้องขึ้นทะเบียนและปฏิบัติตามมาตรฐานสุขอนามัยเฉพาะ เป็นต้น

6.2 ข้อกำหนดเกี่ยวกับกาแฟปรุงแต่งรส (Resolución Conjunta 4/2022) เป็นข้อกำหนดที่กำหนดหลักเกณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์กาแฟปรุงแต่งรสในอาร์เจนตินา โดยอนุญาตให้ผู้ผลิตสามารถเติมเครื่องเทศ โกลี หรือสารแต่งกลิ่นรสที่ได้รับอนุญาตลงในกาแฟได้ ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด เช่น ห้ามใช้สารแต่งกลิ่นที่เลียนแบบกลิ่นกาแฟหรือสารแต่งกลิ่นที่มีคาเฟอีน นอกจากนี้ ผู้ผลิตต้องแสดงข้อมูลบนฉลากอย่างชัดเจนว่าเป็น “กาแฟปรุงแต่งรส” พร้อมระบุชนิดของสารแต่งกลิ่นหรือวัตถุดิบที่ใช้ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจน

6.3 หน่วยงานกำกับดูแลความปลอดภัยอาหารและการขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์กาแฟ (Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica: ANMAT) เป็นหน่วยงานภายใต้กระทรวงสาธารณสุขของอาร์เจนตินา มีหน้าที่กำกับดูแลความปลอดภัยของอาหาร ยา และอุปกรณ์ทางการแพทย์ ANMAT มีหน้าที่กำกับดูแลผลิตภัณฑ์กาแฟให้เป็นไปตามมาตรฐานด้านความปลอดภัยอาหารของ CAA โดยครอบคลุมการตรวจสอบข้อมูลผลิตภัณฑ์ ส่วนประกอบ และการติดฉลาก เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าที่จำหน่ายในตลาดอาร์เจนตินามีคุณภาพและปลอดภัยต่อผู้บริโภค นอกจากนี้ ANMAT ยังมีบทบาทในการควบคุมการโฆษณาผลิตภัณฑ์อาหาร รวมถึงมีอำนาจเรียกคืนหรือระงับการจำหน่ายสินค้าที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด ดังนั้น ผู้ส่งออกกาแฟไปยังอาร์เจนตินาจึงจำเป็นต้องจัดเตรียมข้อมูลผลิตภัณฑ์ สูตรสินค้า และฉลากให้ถูกต้อง

6.4 หน่วยงานควบคุมการนำเข้าสินค้าเกษตรและอาหาร (Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria: SENASA) เป็นหน่วยงานภายใต้กระทรวงเศรษฐกิจที่รับผิดชอบด้านสุขอนามัย และคุณภาพสินค้าเกษตรและอาหารของอาร์เจนตินา โดยการนำเข้าเมล็ดกาแฟดิบทั้งหมดต้องอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ SENASA ในด้านการตรวจสอบคุณภาพ ความปลอดภัย และการป้องกันความเสี่ยงจากศัตรูพืชหรือการปนเปื้อนที่อาจติดมากับสินค้า รวมถึงการตรวจสอบเอกสารรับรองจากประเทศต้นทาง การปฏิบัติตามมาตรฐานด้านสุขอนามัย และการผ่านพิธีการนำเข้าสินค้า

7. ข้อเสนอแนะและโอกาสของผู้ประกอบการไทย

ผู้ประกอบการไทยมีโอกาสนในการขยายตลาดกาแฟเข้าสู่อาร์เจนตินาโดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าที่มีความแตกต่างและมีมูลค่าเพิ่มสูง มากกว่าการแข่งขันในตลาดกาแฟทั่วไปที่มีผู้เล่นรายใหญ่ครองตลาดอยู่แล้ว ปัจจุบันผู้บริโภคชาวอาร์เจนตินาเริ่มให้ความสำคัญกับคุณภาพ แหล่งที่มาของเมล็ดกาแฟ กระบวนการผลิตที่ยั่งยืน รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ด้านสุขภาพ ส่งผลให้ Specialty Coffee และผลิตภัณฑ์กาแฟที่มีเอกลักษณ์ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประเทศไทยสามารถใช้จุดแข็งด้านการผลิตกาแฟอาราบิก้าคุณภาพสูงจากภาคเหนือ เช่น เชียงใหม่ เชียงราย และแม่ฮ่องสอน ซึ่งได้รับการยอมรับในตลาดต่างประเทศในเรื่องรสชาติที่มีความซับซ้อน รวมถึงกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มาสร้างความแตกต่างจากกาแฟเชิงพาณิชย์ที่จำหน่ายในอาร์เจนตินา นอกจากนี้ กาแฟโรบัสต้าจากภาคใต้ของไทยยังสามารถนำมาต่อยอดเป็นกาแฟสำเร็จรูปคุณภาพสูงและผลิตภัณฑ์พร้อมดื่มได้เช่นกัน อีกหนึ่งโอกาสสำคัญคือการพัฒนาผลิตภัณฑ์กาแฟที่เชื่อมโยงกับเอกลักษณ์ของประเทศไทย เช่น กาแฟผสมน้ำมะพร้าว ซึ่งสามารถตอบสนองผู้บริโภคที่ต้องการทดลองรสชาติใหม่และมองหาสินค้าที่แตกต่างจากกาแฟทั่วไปในตลาด นอกจากนี้ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นไทยและความยั่งยืนยังช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้อีกด้วย

ผู้ประกอบการไทยควรให้ความสำคัญกับตลาดร้านกาแฟเฉพาะทาง โรงแรม ร้านอาหารระดับพรีเมียม และผู้จัดจำหน่ายสินค้านำเข้าที่มุ่งเน้นสินค้าคุณภาพสูง เนื่องจากกลุ่มดังกล่าวให้ความสำคัญกับคุณภาพและเรื่องราวของสินค้ามากกว่าการแข่งขันด้านราคา อีกทั้งยังสามารถใช้ช่องทางอีคอมเมิร์ซและแพลตฟอร์มออนไลน์ในการสร้างการรับรู้แบรนด์และเข้าถึงผู้บริโภครุ่นใหม่ที่มีกำลังซื้อสูง ในด้านแนวโน้มสุขภาพ ผู้บริโภคชาวอาร์เจนตินาเริ่มให้ความสนใจอาหารและเครื่องดื่มที่ตอบโจทย์การดูแลสุขภาพมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก ผลิตภัณฑ์จากพืช (Plant-based) ผลิตภัณฑ์น้ำตาลต่ำ ผลิตภัณฑ์ปราศจากสารก่อภูมิแพ้ และสินค้ากลุ่ม Gluten-Free มีศักยภาพในการเติบโตอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ผู้ประกอบการไทยยังสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ควบคู่กับแนวคิด Clean Label เช่น ไม่ใช้วัตถุกันเสีย ไม่ใช้สีสังเคราะห์ ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ และมีปริมาณน้ำตาลต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่ที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพและความโปร่งใสของข้อมูลบนฉลากสินค้า การใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสามารถรีไซเคิลได้ยังเป็นอีกปัจจัยที่ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแบรนด์ โดยการร่วมมือกับผู้นำเข้าหรือผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่น การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า และการทำตลาดผ่านช่องทางออนไลน์และร้านค้าปลีกสมัยใหม่ จะช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงผู้บริโภคและสร้างการรับรู้ต่อสินค้าไทยในตลาดอาร์เจนตินาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การส่งออกกาแฟไปยังอาร์เจนตินาควรศึกษาข้อกำหนดด้านกฎหมายอาหารและการติดฉลากของประเทศอย่างละเอียด โดยเฉพาะข้อกำหนดของ Código Alimentario Argentino (CAA) หรือประมวลกฎหมายอาหารของอาร์เจนตินา รวมถึงข้อกำหนดเกี่ยวกับการขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์ การแสดงฉลากโภชนาการ และการกล่าวอ้างคุณสมบัติ เช่น Gluten-Free ซึ่งต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่หน่วยงานกำกับดูแลกำหนด การปฏิบัติตามข้อกำหนดเหล่านี้จะช่วยลดอุปสรรคทางการค้าและเพิ่มโอกาสในการนำสินค้าเข้าสู่ตลาดได้อย่างราบรื่นโดยสรุป แม้อาร์เจนตินาจะมีการแข่งขันในตลาดกาแฟค่อนข้างสูง แต่กระแสการบริโภคกาแฟพรีเมียมและกาแฟคุณภาพพิเศษยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการเปิดเสรีทางการค้าที่เพิ่มขึ้น อาร์เจนตินาจึงเป็นตลาดที่มีศักยภาพสำหรับการส่งออกสินค้าและผลิตภัณฑ์กาแฟที่มีมูลค่าเพิ่ม โดยผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นการสร้างความแตกต่างด้วยคุณภาพ ความเป็นเอกลักษณ์ของกาแฟไทย นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ การพัฒนาสินค้าที่ตอบโจทย์เทรนด์สุขภาพ และมีมาตรฐานความปลอดภัยอาหารในระดับสากล ซึ่งจะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและสร้างโอกาสการเติบโตอย่างยั่งยืนในตลาดอาร์เจนตินา

.....

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงบัวโนสไอเรส สาธารณรัฐอาร์เจนตินา

แหล่งที่มา

<https://strategyh.com/report/coffee-market-in-argentina/>

<https://www.researchandmarkets.com/reports/6053031/argentina-coffee-market-report-forecast>

<https://www.expertmarketresearch.com/reports/argentina-coffee-market>

<https://www.imarcgroup.com/argentina-hot-drinks-market>

<https://www.argentina.gob.ar/anmat/regulados/alimentos/portafolio-educativo-control-de-la-inocuidad-de-los-alimentos/codigo-alimentario-argentino>

<https://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/10000-14999/10307/texact.htm>

<https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/267780/20220802>

<https://www.forbesargentina.com/negocios/dia-cafe-cuanto-consume-argentina-variedades-conquistar-mercado-n79122>

<https://www.volza.com/p/green-or-coffee/export/export-from-argentina/hsn-code-09022000000/>

<https://www.argentina.gob.ar/atlas-de-consumo-de-argentina>

<https://www.argentina.gob.ar/pais/mate>

<https://www.mordorintelligence.com/market-analysis/coffee/argentina>

<https://www.mdpi.com/1660-4601/18/15/8117>

<https://www.expertmarketresearch.com/reports/argentina-coffee-market>

<https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-de-cafe-en-argentina>